

# THE INFLUENCE FACTORS PERSONAL AND PSYCHOLOGY DECISION ON SAVING BANK NAGARI BRANCH PANGKALAN

Lasri Utami<sup>1</sup>, Suarman<sup>2</sup>, Hardisem Syabrus<sup>3</sup>

Email: lasriutami@yahoo.com<sup>1</sup>, cun\_unri@yahoo.co.id<sup>2</sup>, hardi\_545@yahoo.co.id<sup>3</sup>

No. Hp: 085264407720

**Study Program Economic Education  
Faculty of Teachers Training and Education  
Riau University**

**Abstract:** *This research to investigate the influence of personal and psychological factors on the decision to save in Nagari Bank Branch Pangkalan. This research was conducted in Nagari Bank Branch Pangkalan which is located in Jorong Pasar Baru Kecamatan Pangkalan Baru Koto, Kabupaten 50 Kota, West Sumatra. With a sample of 97 customers using the formula slovin. The research instrument used was a questionnaire by using descriptive data analysis and regression. From the results of research using descriptive analysis known that personal factors most respondents are at very high category as many as 64 respondents or 65.97%. This means customers found personal factors influence a client's decision to save in Nagari Bank Branch Pangkalan. For psychological factors that most respondents are in the high category, only 40 respondents or 41.23%. The percentage impact that psychological factors are still under 50%. This means that the client believes that psychological factors do not affect the customer's decision to save in Nagari Bank Branch Pangkalam. Using statistical analysis known that personal and psychological factors influence simultan toward saving decision ( $F_{hitung} 27.484 > F_{tabel} 3.09$ ). While partially personal factors significantly influence decision-saving ( $t_{hitung} 5.249 > t_{table} 1.661$ ) whereas psychological factors did not significantly influence the decision to save ( $t_{hitung} 0.444 < t_{table} 1.661$ ). From the calculation of the coefficient of determination of personal and psychological factors have an influence on the decision to save Bank Nagari Base Branch of 35.6% and the remaining 64.4% is influenced by other factors not examined. Thus the expected Bank Nagari improve personal and psychological factors that may influence the decision to save the customer.*

**Keywords:** *Influenced, Personal Factors, Psychological Factors, The Decision To Save*

# PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK NAGARI CABANG PANGKLAN

Lasri Utami<sup>1</sup>, Suarman<sup>2</sup>, Hardisem Syabrus<sup>3</sup>

Email: lasriutami@yahoo.com<sup>1</sup>, cun\_unri@yahoo.co.id<sup>2</sup>, hardi\_545@yahoo.co.id<sup>3</sup>

No. Hp: 085264407720

Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Riau

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi dan psikologi terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan. Penelitian ini dilakukan di Bank Nagari Cabang Pangkalan yang beralamat di Jorong Pasar Baru Kecamatan Pangkalan Koto Baru, Kabupaten 50 Kota, Sumatera Barat. Dengan sampel sebanyak 97 orang nasabah menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan analisis data deskriptif dan regresi berganda. Dari hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif diketahui bahwa faktor pribadi responden terbanyak berada pada kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 64 responden atau 65,97%. Hal ini berarti nasabah berpendapat bahwa faktor pribadi mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan. Untuk faktor psikologi responden terbanyak berada pada kategori tinggi yaitu hanya 40 responden atau 41,23%. Persentase pengaruh yang diberikan oleh faktor psikologi masih dibawah 50%. Hal ini berarti nasabah berpendapat bahwa faktor psikologi tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan. Menggunakan analisis statistik diketahui bahwa faktor pribadi dan psikologi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung ( $F_{hitung} 27,484 > F_{tabel} 3,09$ ). Sementara secara parsial faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ( $t_{hitung} 5,249 > t_{tabel} 1,661$ ) sedangkan faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ( $t_{hitung} 0,444 < t_{tabel} 1,661$ ). Dari perhitungan koefisien determinasi faktor pribadi dan psikologi mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan sebesar 35,6% dan sisanya sebesar 64,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian diharapkan Bank Nagari meningkatkan faktor pribadi dan psikologi sehingga dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

**Kata Kunci:** Pengaruh, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Keputusan Menabung

## PENDAHULUAN

Tabungan merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh bank. Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini justru membutuhkan bank sebagai tempat penyimpanan uangnya. Hal ini disebabkan karena keamanan uangnya yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.

Bank Nagari terus berupaya untuk melayani nasabahnya dengan memberikan produk tabungan yang dapat digunakan oleh berbagai kalangan usia. Tabungan Bank Nagari memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi serta keuntungan-keuntungan lainnya. Keuntungan yang dapat dirasakan oleh nasabah adalah bebas biaya administrasi untuk simpanan tertentu, bunga tabungan yang terus tumbuh seiring dengan jumlah tabungan nasabah, serta nasabah dengan simpanan tertentu dapat mengikuti undian dengan hadiah yang menarik. Adapun produk dari Bank Nagari meliputi Sikoci, Simpeda, BPR, Tabungan Tahari, Tabanas Umum, Tabanas Mesjid, TabunganKu, dan Simpel(Simpanan Pelajar).

Kemampuan bank memasarkan produknya merupakan salah satu ukuran keberhasilan manajemen bank. Banyaknya jumlah nasabah menandakan keberhasilan manajemen bank dalam menawarkan produknya. Berikut adalah perkembangan jumlah nasabah Kecamatan Pangkalan Koto Baru Bank Nagari Cabang Pangkalan pada tahun 2013-2014.

Dalam perkembangan jumlah nasabah tabungan tidak begitu menggembirakan, jumlah nasabah tabungan dari tahun 2013 ke tahun 2014 mengalami penurunan dari 4.235 menjadi 3.052 dengan persentase 0,38% sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah nasabah dengan persentase 0,05% saja.

Berdasarkan hal tersebut adanya beberapa pertanyaan yang perlu dicari jawabannya, yaitu faktor apa yang mempengaruhi keputusan menabung nasabah sehingga Bank Nagari dapat menyusun kebijakan serta strategi apa yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan Bank Nagari.

Menurut Kotler & Keller(2009) menyatakan bahwa dalam mengambil keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor pribadi dan psikologi. Faktor eksternal adalah faktor budaya dan sosial. Hal sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Ghoni dan Tri Bodroas Tuti (2012) yang mengatakan bahwa faktor pribadi, psikologi, budaya dan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian berjudul: "Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan". Pada penelitian ini penulis akan membatasi 2 faktor, yaitu faktor pribadi dan psikologis karena kedua faktor tersebut merupakan faktor internal(dari dalam diri) dan individual yang sangat mempengaruhi nasabah dalam memilih menggunakan Bank Nagari.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Nagari Cabang Pangkalan yang beralamat di Jorong Pasar Baru Pangkalan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2016 hingga selesai.

### **Populasi dan Sampel**

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 3.242. Dengan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 97 orang yaitu semua nasabah yang menabung di Bank Nagari.

### **Data dan Instrumen**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah tanggapan dari responden yang didapatkan secara langsung melalui kuesioner yang dibagikan kepada nasabah tabungan Bank Nagari. Data sekunder adalah data yang didapat dari Bank Nagari berupa jumlah nasabah dan struktur organisasi.

### **Metode Analisis**

#### **Analisis Deskriptif**

1. Mendeskripsikan profil responden menurut jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah
2. Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada variabel penilaian

#### **Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat yang dapat dihitung dengan komputer dengan *program statistical product and service solutions (SPSS)* versi 21.00. Persamaan regresi ganda dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

## Keterangan

Dimana :

- Y = Variabel terikat (dependen), Keputusan menabung
- X1 = Variabel bebas (independen), Faktor Pribadi
- X2 = Variabel bebas (independen), Faktor Psikologi
- a = Nilai Konstanta
- b = Koefisien regresi
- $\varepsilon$  = Epsilon, koefisien error

## Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh faktor pribadi dan psikologi secara bersama-sama terhadap keputusan menabung. Menguji signifikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## Uji T

Uji T dilakukan untuk melihat pengaruh faktor pribadi dan psikologi secara parsial terhadap keputusan menabung. Menguji signifikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependen yang dapat dilihat dari nilai *Adjusted R<sup>2</sup> (Adjusted R Square)*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Deskriptif

#### Deskripsi Responden

Dari hasil penelitian, berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 97 responden, 55% adalah pria dan sisanya sebanyak 43% adalah wanita. Berdasarkan umur menunjukkan bahwa, responden terbanyak berada di umur 40-49 yaitu sebesar 28,8%. Berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa, responden terbanyak berprofesi sebagai wiraswasta sebesar 22,6% sedangkan untuk lamanya responden menjadi nasabah terbanyak >2 tahun sebesar 59,7%.

## Deskripsi Faktor Pribadi dan Psikologi

Hasil tanggapan responden dengan menggunakan skala interval, untuk faktor pribadi secara keseluruhan responden terbanyak berada pada kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 64 responden atau 65,97%. Hal ini berarti nasabah berpendapat bahwa faktor pribadi mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan.

Faktor psikologi secara keseluruhan responden terbanyak berada pada kategori tinggi yaitu hanya 40 responden atau 41,23%. Persentase pengaruh yang diberikan oleh faktor psikologi masih dibawah 50%. Hal ini berarti nasabah berpendapat bahwa faktor psikologi tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan.

## Hasil Persamaan Regresi Berganda

**Tabel 1: Hasil Perhitungan Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	35,761	7,208	
1 (X1) Faktor Pribadi	,525	,100	,574
(X2) Faktor Psikologi	,046	,103	,049

Sumber: Data olahan SPSS, 2016

Berdasarkan tabel 1 dapat dituliskan bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 35,761 + 0,525X_1 + 0,046X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstan positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen
- Variabel Faktor Pribadi(X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung(Y). Jika Faktor Pribadi(X1) mengalami peningkatan satu satuan, maka Keputusan Menabung(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,525 atau 52,5%. Kenaikan Faktor Pribadi(X1) mengakibatkan kenaikan pada Keputusan Menabung(Y) dengan asumsi Faktor Psikologi(X1) tetap.
- Variabel Faktor Psikologi(X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung(Y). Jika Faktor Psikologi(X2) mengalami peningkatan satu satuan, maka Keputusan Menabung(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,046 atau 0,46%. Kenaikan Faktor Psikologi(X2) mengakibatkan kenaikan pada Keputusan Menabung(Y) dengan asumsi Faktor Pribadi(X1) tetap

## Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 2 Hasil Pengujian Anova (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1849,681	2	924,841	27,484	,000 <sup>b</sup>
Residual	3163,061	94	33,650		
Total	5012,742	96			

Sumber: Data olahan SPSS, 2016

- $H_1$ : Faktor pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung  
 $H_0$ : Faktor pribadi dan psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung

Berdasarkan tabel 2 diketahui  $F_{hitung} 27,484 > F_{tabel} 3,09$  ( $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 94$ ) serta tingkat signifikan hitung  $<$  tingkat signifikan yang ditentukan peneliti ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya, faktor pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan sehingga  $H_1$  diterima

## Uji Parsial (T)

**Tabel 2 Hasil Pengujian Coefficients (Uji T)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	T	Sig.	Correlations		
			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4,961	,000			
1 (X1) Faktor Pribadi	5,249	,000	,606	,476	,430
(X2) Faktor Psikologi	,444	,658	,429	,046	,036

Sumber : Data olahan SPSS 21, 2016

- $H_2$ : Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung  
 $H_0$ : Faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa  $t_{hitung} 5,249 > t_{tabel} 1,661$  serta tingkat signifikan hitung  $<$  tingkat signifikan yang ditentukan peneliti ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya, faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan sehingga  $H_2$  diterima. Sedangkan, besarnya korelasi yang terjadi antara faktor pribadi terhadap keputusan menabung yaitu 0,476 atau 47,6%.

- $H_3$ : Faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung  
 $H_0$ : Faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa  $t_{hitung} 0,444 > t_{tabel} 1,661$  serta tingkat signifikan hitung  $<$  tingkat signifikan yang ditentukan peneliti ( $0,658 > 0,05$ ). Artinya, faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan sehingga  $H_3$  ditolak. Sedangkan, besarnya korelasi yang terjadi antara faktor pribadi terhadap keputusan menabung yaitu 0,046 atau 0,46%.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 3 Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 <sup>a</sup>	,369	,356	5,801

Sumber: Data Olahan SPSS, 2016

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R square*) adalah 0,356 yang artinya pengaruh variabel faktor pribadi dan psikologi adalah sebesar 35,6% sedangkan sisanya 64,4% dipengaruhi variabel lain.

### SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran penelitian sebagai berikut :

#### Simpulan

1. Faktor pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan sebesar 35,6% sedangkan sisanya 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain
2. Faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan dengan kontribusi 0,476 atau 47,6%
3. Faktor psikologi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan dengan kontribusi hanya 0,046 atau 0,46%

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis melalui penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat faktor pribadi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan menabung, hal ini perlu diperhatikan dengan seksama oleh pihak Bank Nagari dalam memberikan informasi/pengetahuan tentang produk tabungan yang sesuai dengan pekerjaan, pendapatan, gaya hidup dan kepribadian nasabahnya. Sehingga



produk yang ditawarkan oleh Bank Nagari sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah yang dapat mempengaruhi keputusan menabung.

2. Dari hasil penelitian diketahui faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Maka disarankan bagi Bank Nagari Cabang Pangkalan untuk meningkatkan faktor psikologi
3. Peningkatan faktor psikologi dapat dilakukan dengan cara lebih membangkitkan minat konsumen untuk menabung dengan cara memberikan informasi atau pengetahuan mengenai produk tabungan melalui iklan, sosialisasi ke masyarakat karena tabungan Bank Nagari dapat memenuhi kebutuhan dalam penyimpanan dana tetapi juga memenuhi keinginan konsumen.
4. Costumer Service lebih memberikan informasi tentang produk-produk tabungan yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen memiliki keyakinan untuk menabung di Bank Nagari Cabang Pangkalan
5. Untuk penelitian yang akan datang untuk menggunakan variabel bebas yang lebih banyak yaitu budaya, kelompok referensi, kebudayaan, sosial, keluarga dan sebagainya.
6. Selain faktor tersebut Bank Nagari juga sebaiknya memperhatikan faktor budaya, sosial, bauran pemasaran (harga, produk, lokasi dan promosi), kualitas dan pelayanan agar lebih mempengaruhi keputusan menabung.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bambang dan Lina. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Denda Wijaya, Lukman. 2005. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS, Edisi I*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Undip. Semarang
- Imam, Sentot. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Kencana. Jakarta.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Kencana. Jakarta.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Kencana. Jakarta.
- Kasmir. 2007. *Manajemen Perbankan*. Raja grafindo Persada. Jakarta.
- Philip, Kotler. 1991. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Philip, Kotler. 1995. *Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba Edisi Ketiga*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Rachmat dan Firdaus. 2004. *Manajemen Perkreditan Bnk Umum Teori, Masalah, Kebijakan dan Aplikasinya*. Alfabeta. Bandung.
- Riduwan dan Akdon. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta. Bandung
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Kencana. Jakarta
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta:Bandung Terminal Transit Utama Balongan, Indramayu. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Thamrin dan Farcis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Raja Drafindo Persada. Jakarta.